

E. Yuliastuti
Pondok Cabe

Karakterisasi Atribut Mutu Madu Menurut Konsumen di Wilayah Jabotabek¹

Armein Syukri, Eko Yuliastuti dan Ismed Sawir²

ABSTRAK

Karakterisasi atribut mutu menurut konsumen adalah penentuan karakteristik representatif mutu yang sesuai dengan segmentasi pasar, sedangkan karakter keterpilihan produk yang sesuai menurut keinginan konsumen tergantung kepada tiga faktor utama yaitu faktor konsumen, produk, dan faktor konteks penggunaan produk tersebut. Dalam penelitian ini dilakukan survey dengan menginterview 150 konsumen yang diklasifikasi berdasarkan identifikasi strata sosial: bawah, menengah dan atas. Tujuannya adalah mengidentifikasi karakteristik produk madu mana yang ada di pasar yang mempunyai daya terima dan preferensi yang tinggi. Pengujian terhadap konsumen secara kognitif terhadap atribut-atribut mana yang representatif sebagai faktor penerimaan konsumen yang tertinggi, sehingga dapat sebagai dasar penetapan spesifikasi atau penetapan apa karakter produk yang tepat sebagai mutu madu menurut segmentasi konsumen.

Kata kunci: Mutu madu, keterpilihan produk (food choice), preferensi dan daya terima produk, karakteristik produk

PENDAHULUAN

Pola asupan karbohidrat bagi tubuh dengan porsi gula, terutama dari gula yang tidak alami, telah sering diungkapkan menimbulkan eksese gejala penurunan kesehatan degeneratif seperti penurunan kekebalan tubuh, memicu penyakit diabetes dan tumor. Karena itu, diperlukan usaha mereduksi pola konsumsi gula pasir dan meningkatkan konsumsi madu, agar gejala penurunan kesehatan tersebut berkurang.

Hingga kini, konsumsi madu penduduk Indonesia hanya 15 gram/kapita/tahun. Angka ini jauh dibawah konsumsi madu masyarakat di negara-negara berkembang yang mencapai 70 gram/kapita/tahun, sedangkan masyarakat di negara-negara maju seperti Jepang, Jerman, Inggris, Perancis dan AS tingkat konsumsi madu mencapai 1000 – 1600 gram/kapita/tahun (Rusfidra, 2006a, b).

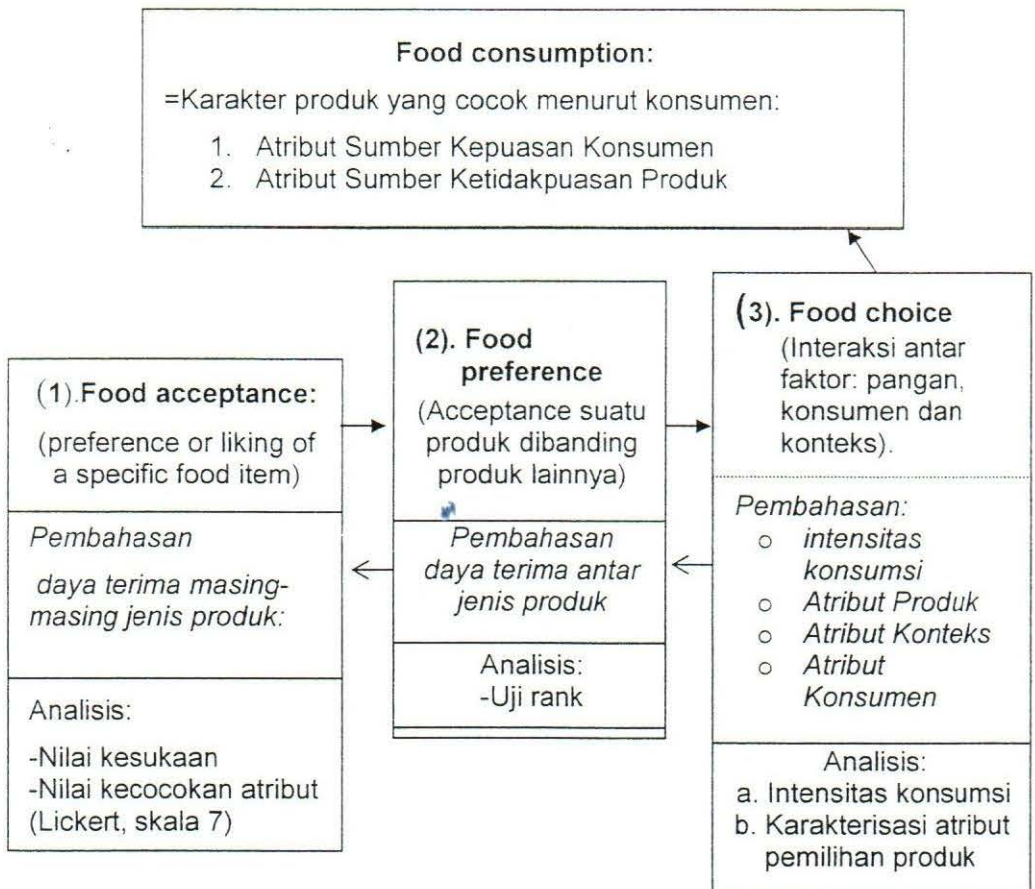
Upaya-upaya peningkatan mutu produk pangan terutama pangan tradisional akan semakin mendesak tidak terpinggirkan di tengah era perdagangan bebas antar negara seperti: *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) sejak tahun 2003, *Asia Pasific Economic Cooperation* (APEC) pada tahun 2010 dan *North American Free Trade Area*. Keadaan ini, mendorong Indonesia dengan pangan tradisionalnya untuk mampu mengejar ketinggalannya dalam mutu produk untuk dapat memasuki pasar global.

¹ Penelitian Keilmuan UT 2007

² Dosen FMIPA UT

METODA PENELITIAN

Metoda penelitian yang digunakan mengadopsi model yang telah dikembangkan Syukri (2003) yang digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Skema pembahasan karakterisasi atribut pilihan konsumen (Syukri, 2003).

Sampling dan Pengumpulan data. Dalam penelitian ini cara sampling yang dilakukan adalah *purposive sampling*. Responden adalah ditentukan orang yang suka mengonsumsi madu.

Jumlah responden ditetapkan sebanyak 150 orang yang dikelompokkan ke dalam tiga kelas sosial masyarakat berdasarkan tempat tinggal, dimana masing-masing kelompok terdiri dari 50 orang dengan batasan sebagaimana kategori strata sosial yang telah dilakukan Syukri (2004), sebagai berikut:

- Kelas Atas*, responden bertempat tinggal di wilayah perumahan elit/real estate atau responden yang memiliki perlengkapan setara dengan responden perumahan elit.
- Kelas menengah*, responden bertempat tinggal di kompleks perumahan BTN.

- c. *Kelas bawah*, adalah kategori penduduk yang tinggal dengan kondisi rumah dan lingkungan sederhana di wilayah Jabotabek yang padat dengan akses jalan gang.

Dalam pengambilan sampel dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi tempat adanya tiga tipe domisili responden (elit, menengah dan bawah) di kota Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi dan sekitarnya yang akan dikunjungi.
2. Dilakukan pengambilan sampel responden masing-masing 50 orang dari tiga tipe domisili. Porsi sebaran usia dan jenjang pendidikan terakhir diusahakan proporsional.
3. Selain melaksanakan wawancara di rumah reponden, juga dilakukan pengamatan merek dan jenis madu yang dibeli oleh responden tersebut.

Pengamatan dan analisis data. Pasar produk madu setelah diamati, segmen produknya diidentifikasi ada empat jenis berikut

- a. Madu non merek: yang dibeli konsumen tanpa merek atau mereknya tidak terdaftar
- b. Madu tradisional bermerek: madu yang dikemas secara tradisional dan mereknya terdaftar
- c. madu dengan kemasan modern
- d. madu bermerek dari luar negeri

Aspek yang diamati, cara pengujian dan analisisnya dipetakan pada matrik tabel berikut

Tabel 1. Matrik metoda uji, pengamatan, tolok ukur dan metoda analisisnya*).

| Jenis Uji | Pengamatan | Tolok Ukur | Analisis Mutu |
|------------------|-------------------------------|---|--|
| 1. Daya Terima | a. Daya terima jenis produk | 1. Nilai skor kesukaan konsumen thd jenis produk (Skala licert 1- 7 poin) | ➤ Skor mutu produk : bila skor penerimaan konsumen > 5,5 ➤ uji beda penerimaan konsumen |
| | b. Daya terima atribut produk | 1. Nilai skor kesukaan konsumen thd atribut produk (Skala licert 1- 7 poin) | ➤ Skor atribut mutu : bila skor penerimaan atribut > 5,5 |
| 2. Preferensi | | Ranking kesukaan thd jenis produk | ➤ Posisi rank tertinggi |
| 3. Karakterisasi | | 1. Nilai skor kesukaan konsumen thd atribut produk (Skala licert 1- 7 poin) | ➤ rating dan ranking atribut penerimaan |

*) Sumber :Syukri (2004)

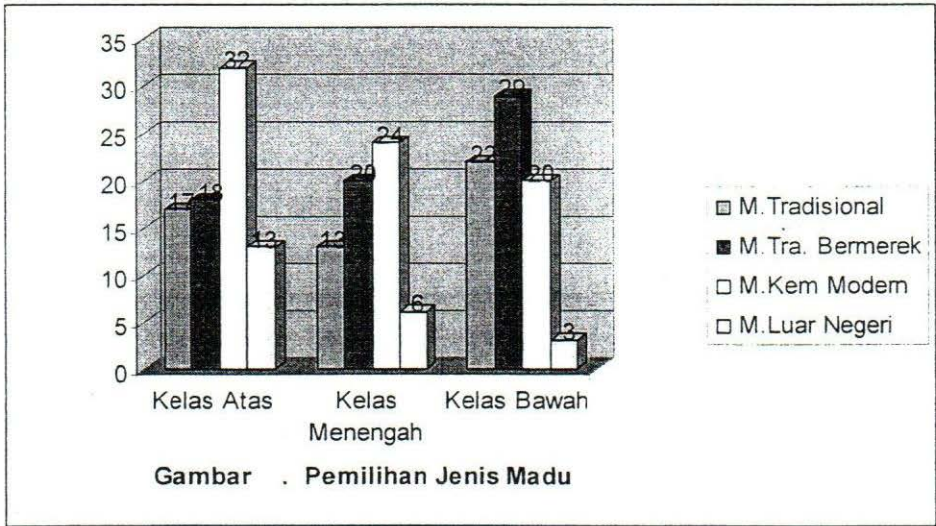
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pola Konsumsi Madu. Dari hasil analisis faktor yang melandasi pola kebutuhan mengkonsumsi madu terungkap bahwa kebutuhan konsumen mengkonsumsi madu utamanya adalah karena khasiatnya . Khasiat utama madu

menurut mayoritas responden (24%) adalah untuk meningkatkan stamina, energi dan vitalitas tubuh. Khasiat berikutnya yang melandasi kebutuhan akan madu adalah madu mampu mengobati gejala atau menurunkan panas, sariawan dan gejala sakit dengan bibir pecah-pecah (20% responden). Ungkapan lain yang hampir sama yaitu madu mampu meningkatkan kesehatan (19% responden) dan menghilangkan kelelahan serta menyegarkan/menambah kebugaran (15,3% responden).

Dari hasil analisis segmentasi produk dan pasar, tergambar bahwa pemenuhan kebutuhan akan madu dari 57% total responden mengkonsumsi madu jenis *madu berkemasan modern*. Sedangkan ranking kedua adalah *madu tradisional bermerek* (39 % responden). Sedangkan ranking ketiga dan keempat adalah madu non merek (35% responden). Sedangkan 22% responden menyatakan mengkonsumsi madu merek luar negeri. Untuk mendapatkan produk madu yang dikonsumsi, hampir separuh responden (46%) memperoleh madu dengan cara membeli di pasar swalayan. Demikian juga pola mendapatkan madu tradisional bermerek dan madu luar negeri. Namun pola dalam mendapatkan jamu tradisional non merek dominan adalah dengan membeli atau memesan pada sentra produksi.

2. Madu Pilihan Konsumen. Gambar 2 berikut menjelaskan tentang perhatian strata sosial terhadap merek madu yang dibeli.



Keterangan : Total Responden (N) 150 orang dan jumlah responden per kelas 50 orang

Gambar 2. Grafik Pemilihan Jenis Madu

Gambar 2. memperlihatkan grafik dan jumlah responden dalam pemilihan jenis madu, dimana pemilihan setiap kategori madu berdasarkan kelas sosial. Secara keseluruhan diketahui bahwa jenis madu yang paling disukai atau dikonsumsi adalah "madu yang berkemasan modern" (50,6% responden). Terbanyak kedua adalah madu tradisional bermerek (44,6%). Terbanyak ketiga

adalah "madu tradisional Non merek" (34,6%), sedangkan "madu luar negeri" termasuk jarang dikonsumsi oleh responden (14,6%).

Bila dilihat dari aspek strata sosial, secara umum, mayoritas responden dari "kelas sosial atas" memilih "madu kemasan modern" (64%) .

3. *Daya Terima (Acceptability) madu.*

Daya terima konsumen terhadap madu dapat dilihat pada Tabel 2. berikut.

Tabel 2. Skor daya terima madu berdasarkan Strata sosial dan kategori madu

| Kategori Madu | Strata Sosial | | | Skor Umum |
|------------------------|---------------|----------------|------------|-----------|
| | Kelas bawah | Kelas menengah | Kelas atas | |
| Madu Non Merek | 5,02a | 4,74b | 4,36b | 4,71 |
| Madu Trad. Bermerek | 4,52a | 4,86a | 4,62a | 4,67 |
| Madu Berkemasan Modern | 4,90a | 4,70a | 5,16a | 4,92 |
| Madu Luar Negeri | 3,84a | 4,44b | 4,52b | 4,27 |

Catatan: Angka yang diikuti oleh huruf yang sama tidak berbeda nyata ($p < 0,05$)

Daya terima rata-rata terhadap madu non merek berbeda nyata ($p < 0,05$) antara kelas bawah dengan kelas menengah dan kelas atas, dimana daya terima madu non merek tertinggi terletak pada kelas bawah dengan skor kesukaan rata-rata sebesar 5,06. Sebaliknya, madu non-merek tidak begitu populer dalam masyarakat konsumen kelas menengah dan atas. Sedangkan daya terima madu non-merek antara kelas menengah dengan kelas atas tidak berbeda nyata ($p < 0,05$).

4. Preferensi madu.

Hasil uji beda preferensi terhadap jenis madu menurut strata sosial dapat dilihat pada Tabel 3. berikut.

Tabel 3. Uji beda ranking terbobot preferensi kategori madu menurut strata sosial

| Strata sosial | Madu Non Merek | Madu Trad Bermerek | Madu Kemasan Modern | Madu luar Negeri |
|----------------|----------------|--------------------|---------------------|------------------|
| Kelas atas | 136bc | 110ab | 108a | 152c |
| Kelas menengah | 108a | 99a | 108a | 189b |
| Kelas bawah | 101a | 108a | 107a | 187b |

Catatan: Angka yang diikuti oleh huruf yang sama tidak berbeda nyata ($p < 0,05$).

5. Karakterisasi Mutu Madu menurut Konsumen

Tingkat kesukaan konsumen terhadap madu ternyata ditentukan oleh berbagai karakteristik yang dimiliki oleh madu tersebut, dalam hal ini *madu non-merek*, *madu tradisional bermerek*, *madu berkemasan modern*, dan *madu impor* dari luar negeri. Madu impor tidak dianalisa dalam penelitian ini karena madu tersebut ternyata belum begitu populer dalam masyarakat, yang ditunjukkan oleh data, dimana masih relatif sangat sedikitnya masyarakat yang mengkonsumsi madu impor tersebut.

a. Madu pilihan konsumen strata atas

Produk madu pilihan utama konsumen strata atas adalah jenis madu kemasan modern (64% responden) dengan atribut pemilihan produk yang utama adalah madu dengan karakter manis dan kental (skor 5,34) dengan tampilan madunya homogen/tidak keruh (skor 5,32) dan dengan warna pemilihan utama adalah krem (skor 5,12).

b. Madu pilihan konsumen strata menengah

Produk madu pilihan utama konsumen strata menengah terbagi atas jenis madu kemasan modern (48% responden) dan madu kemasan tradisional bermerek (40% responden); Dengan atribut pemilihan produk yang utama adalah madu dengan karakter tampilan madunya homogen (skor 4,57)

c. Madu pilihan konsumen strata bawah

Produk madu pilihan utama konsumen strata bawah adalah jenis madu tradisional bermerek (58% responden), disamping produk madu non merek (48% responden) yang dibeli di sentra produk. Sedangkan atribut pemilihan produk yang utama adalah madu dengan karakter manis dan kental (skor 4,70).

KESIMPULAN

Secara umum alasan mayoritas konsumen mengonsumsi madu adalah untuk meningkatkan stamina, energi dan vitalitas tubuh, sedangkan alasan mengonsumsi madu yang berhubungan dengan kesehatan adalah untuk menurunkan panas (demam) dan mengobati sariawan dan bibir pecah-pecah.

Madu yang umum dikonsumsi oleh konsumen adalah *madu yang bermerek*, baik madu berkemasan moderen, maupun madu tradisional bermerek. Kelihatan madu bermerek merupakan jaminan mutu terhadap madu itu sendiri. Madu yang tidak bermerek tidak begitu populer dalam masyarakat kelas atas dan menengah. Sebaliknya pada konsumen kelas bawah, dimana mereka cenderung untuk mengonsumsi madu tradisional non merek, terutama yang dibeli di sentra produksi madu.

SARAN.

Sehubungan dengan hasil penelitian ini bahwa madu sangat baik untuk kesehatan secara umum, maka sangat disarankan agar ada usaha meningkatkan produksi dan konsumsi madu di kalangan masyarakat Indonesia lebih dimasyakaratkan lagi agar masyarakat dapat menjaga kesehatannya dengan baik dengan cara cara yang relatif lebih mudah dan murah. Disarankan juga agar produksi madu secara nasional dapat ditingkatkan sehingga masyarakat dapat memperoleh madu yang dibutuhkannya dengan mudah dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V & Day, G.S.1996. *Marketing Research*. New York, Brisbane, Toronto, Singapore: John Willey and. Sons, Inc.
- Ahza, A. B. (1996). *Karakteristik Mutu Pangan dan Pengukurannya*. Bogor: Jurusan Teknologi Pangan dan Gizi IPB.
- Apriyantono, Anton. 2001. *Analisis Sensori Deskriptif*. Makalah pada Pelatihan Pengujian Organoleptik Produk Pangan. di Fateta IPB Bogor 24 –26 Juli 2001.
- Departemen Kehutanan. 2003. *Pedoman Umum Pemberdayaan Masyarakat di dalam dan di sekitar Hutan*. Direktorat Jenderal Rehabilitasi Lahan dan Perhutanan Sosial, Departemen Kehutanan, Jakarta.
- Eriyatno. (2003). *Strategi Pembiayaan Jaringan Kemitraan Bisnis Bagi Usaha Kecil*. Disampaikan pada seminar Alih Teknologi dalam Pengembangan UKM dan Agrobisnis, Auditorium Kantor Menegkop dan UKM, Jakarta 26 Mei 2003.
- Gains, N.1994. *The Repertory grid approach*. dalam MacFie, H.I., dan Thomson, D.M.H (ed.). *Measurement of food preferences*. London: Blakie Academic & Profesional.

- Greenhoff, K.; & MacFie, H.J.H. 1994). Preference mapping in practice. dalam MacFie, H.I., & Thomson, D.M.H (ed.). *Measurement of food preferences*. London: Blakie Academic & Profesional.
- Juran, J. M. 1985. *Merancang Mutu* (terjemahan Juran On Quality By Design, 1989). Jakarta: PPM-Pustaka Binaman Pressindo.
- MacFie, H.I., & Thomson, D.M.H.1994. *Measurement of food preferences*. London: Blakie Academic & Profesional.
- Meiselman, H. L.1994. A measurement scheme for developing institutional product, dalam MacFie, H.I., & Thomson, D.M.H (ed.). *Measurement of food preferences*. London: Blakie Academic & Profesional.
- Resurreccion, A.V.A.1998. *Consumer sensory testing for product development*. Maryland: Aspen Publishers, inc.Garthersburg,
- Rais, A. 1996. *Madu Lebah: Obat yang Menyembuhkan*. Jakarta: Media Dakwah.
- Rusfidra. 2006a. Prospek Pengembangan Budidaya Perlebahan di Indonesia. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Biologi. Diselenggarakan oleh Fakultas MIPA Universitas Negeri Semarang Aula LPMP, Semarang, 26 Agustus 2006.
- Rusfidra. 2006b. Madu, cendera mata alam menyehatkan. Artikel iptek Harian Pikiran Rakyat, Bandung, 27 Juli 2006.
- Rusfidra. 2006d. Lebah. Artikel kolom hikmah Harian Republika, Jakarta, 22 April 2006.
- Rusfidra. 2003. Enam sifat lebah. Kolom Hikmat Majalah Tarbawi. Edisi 56, April 2003.
- Soekarto, S.T & Hubeis, M. 1992. *Petunjuk Laboratorium Metode Penelitian Indrawi*. Bogor: PAU IPB.
- Syukri, Armein. 2003. Daya terima, Preferensi dan Karakterisasi Atribut Mutu Sensori Pemilihan Produk Kerupuk. Thesis Program Psaca Sarjana IPB.
- Syukri, Armein. 2004. Meningkatkan Daya Terima, Preferensi dan Keterpilihan Produk Kerupuk Ikan dan Kerupuk Udang Sesuai Segmentasi Pasar. Makalah yang disampaikan pada Seminar Nasional Pangan Fungsional Indigenous Indonesia: Potensi, Regulasi, Keamanan, Efikasi dan Peluang Pasar, yang diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Balitbang DEPTAN, 2004.